

MOTIF PEMIRSA MENONTON SINETRON
TUKANG BUBUR NAIK HAJI THE SERIES DI RCTI
(Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Motif Pemirsa di Surabaya Dalam
Menonton Sinetron Tukang Bubur Naik Haji The Series di RCTI)

SKRIPSI



Oleh :

DITA DEWI KARTIKASARI

NPM. 0943010206

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA

2013

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat ALLAH SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “MOTIF PEMIRSA MENONTON SINETRON TUKANG BUBUR NAIK HAJI THE SERIES DI RCTI”.

Peneliti menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan-kekurangan dalam penulisan. Selesainya Skripsi ini tentunya tidak terlepas dari adanya arahan, nasehat, dan bimbingan dari Ibu Dra. Diana Amelia, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk membantu Peneliti di tiap proses penyusunan Skripsi ini. Terima kasih yang tak terhingga Peneliti sampaikan.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan banyak terima kasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak-pihak yang telah membantu Peneliti dalam menyelesaikan penyusunan Skripsi Penelitian, diantaranya :

1. Ibu Dra. Hj. Suparmawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Juwito, S.Sos, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Saifuddin Zuhri, M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Dra. Diana Amelia, M.si. selaku dosen pembimbing yang senantiasa mencurahkan segala ide dan sarannya kepada saya.

5. Mama, Papa dan Keluarga tercinta atas segala Doa, bimbingan, dan supportnya selama ini yang tak pernah ada hentinya kepada Peneliti.
6. Teman-teman dan sahabat seperjuangan nina,dewi,Sheila yang sudah membantu saya sampai skripsi selesai.
7. My Super Boy Joko Arief Arianto yang telah memberikan dukungan dan semangatnya.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan Skripsi penelitian Ini masih memiliki banyak kekurangan. Sehingga Peneliti berharap kritik dan saran yang membangun demi kebaikan dan kesempurnaan dalam penyusunan Skripsi penelitian.

Semoga dengan penyusunan Skripsi penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak Khususnya Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dan terkhusus bagi Peneliti.

Surabaya, Desember 2013

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAKSI	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian	12
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	 14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.1.1 Penelitian Terdahulu Pertama	14
2.1.2 Penelitian Terdahulu Kedua	15
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Media Komunikasi Massa	17
2.2.2 Televisi	19
2.2.3 Pengaruh Televisi Terhadap Sistem Komunikasi ..	20
2.2.4. Teori Kebutuhan	21
2.2.5. Pengertian Motif	23

2.2.6. Pemirsa Sebagai Khalayak Media Massa	26
2.2.7. Program Sinetron	27
2.2.8. Sinetron Tukang Bubur Naik Haji The Series	28
2.2.9. Teori Kegunaan dan Kepuasan	30
2.3 Kerangka Berpikir	33
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
3.1.1 Definisi Operasional	36
3.1.2 Pengukuran Variabel	40
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	46
3.2.1 Populasi	46
3.2.2 Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	47
3.3 Teknik Pengumpulan Data	49
3.4 Teknik Analisa Data	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1 Gambaran Umum RCTI	52
4.1.2 Gambaran Umum Tukang Bubur Naik Haji The Series Di RCTI	55
4.1.3 Gambaran Umum Pemirsa Surabaya	58
4.2 Penyajian Data dan Analisis Data	60
4.2.1 Identitas Pribadi	60
4.2.2 Motif Responden	66
4.2.3 Kategorisasi Motif Kognitif, Motif Identitas Personal dan Motif Diversi	87

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
Lampiran	101

ABSTRAKSI

DITA DEWI KARTIKASARI, MOTIF PEMIRSA MENONTON SINETRON TUKANG BUBUR NAIK HAJI THE SERIES DI RCTI.

(Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Motif Pemirsa Surabaya Dalam Menonton Sinetron Tukang Bubur Naik Haji The Series Di RCTI).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif pemirsa Surabaya dalam menonton sinetron Tukang Bubur Naik Haji The Series di RCTI.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah : Teori Uses dan Gratifications, dan teori Kebutuhan.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan tabel frekuensi dan data dari hasil penelitian untuk selanjutnya dianalisis secara deskriptif dari setiap pertanyaan yang diajukan. Populasi dalam penelitian ini adalah pemirsa yang berusia diatas 17 tahun di kota Surabaya yang menonton sinetron Tukang Bubur Naik Haji The Series di RCTI. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive sampling.

Hasil dari penelitian dapat disimpulkan ada 3 motif yang mendasari dalam menonton sinetron “Tukang Bubur Naik Haji The Series” di RCTI yaitu motif informasi , motif identitas personal dan motif hiburan pada kategori tinggi, karena motif tersebut dapat memenuhi kebutuhan khalayak yaitu dengan candaan yang diberikan melalui tokoh dalam sinetron tersebut, dan memberikan inspirasi bagi khalayak.

Kata kunci : Motif, Pemirsa di Surabaya, sinetron “Tukang Bubur Naik Haji The Series” di RCTI

ABSTRACT

DITA DEWI KARTIKASARI, MOTIVE VIEWERS WATCH TELEVISION CINEMA TUKANG BUBUR NAIK HAJI THE SERIES IN RCTI.

(Quantitative Descriptive Study of adolescents in Surabaya motive Watching television cinema “ Tukang Bubur Naik Haji The Series” In RCTI).

The purpose of this study was to determine the motive Surabaya viewer in watching “Tukang Bubur Naik Haji The Series” in RCTI.

The theory used in this study are: Uses and Gratification theory, and the theory of needs.

Methods of data analysis in this study using frequency tables and data from the research to be further analyzed by descriptive of any questions. The population in this study were viewer aged more than 17 years in the city of Surabaya is watching television cinema “Tukang Bubur Naik Haji The Series” in RCTI. The sampling technique used in this study is purposive sampling.

The result of this study it can be concluded that are three underlying motive in watching television cinema “Tukang Bubur Naik Haji The Series” in RCTI. which are information motive, the personal identity motive, motive of intertainment in the high category because it can fulfill the viewers needs of the presence of humors from figure in a story of there and give new inspiration for all viewers.

Keywords: Motif, viewer in Surabaya, television cinema “Tukang Bubur Naik Haji The Series” in RCTI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Memasuki abad ke-21, industri media telah berada di dalam perubahan yang cepat. Perkembangan dunia hiburan dan informasi saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Komunikasi selalu mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan kehidupan manusia. Perkembangan dalam komunikasi ini adalah untuk didapatkannya kemudahan dalam berkomunikasi dan agar tujuan komunikasi dapat tercapai dengan mudah.

Dalam masyarakat modern seperti sekarang ini tak dipungkiri lagi bahwa setiap individu dalam melakukan komunikasi tidak pernah lepas dari peran teknologi. Perkembangan teknologi komunikasi juga telah mendorong perkembangan komunikasi massa. Dengan adanya kemajuan teknologi saat ini serta ditunjang dengan rasa keingintahuan masyarakat yang sangat besar terhadap sebuah informasi terbaru, sekarang ini komunikasi massa dirasa sangat penting bagi masyarakat.

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan

ketegangan antara lain lewat komunikasi yang menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain. Melalui komunikasi kita bekerja sama dengan anggota masyarakat untuk mencapai tujuan bersama (Mulyana,2008:5).

Masyarakat dalam kehidupannya membutuhkan informasi untuk memenuhi segala kebutuhan yang semakin beragam. Informasi selalu berkembang seiring dengan perubahan jaman. Dapat dikatakan masyarakat tidak hanya butuh melainkan masyarakat sangat dituntut untuk mengetahui informasi-informasi yang selalu berkembang. Dalam penyampaian informasi tidak lepas dari proses komunikasi dimana dalam proses komunikasi selalu membutuhkan sarana atau media dalam menyampaikan informasinya, baik melalui media massa atau melalui media komunikasi interpersonal. Agar informasi dapat diterima dengan baik oleh masyarakat, media yang digunakan harus tepat pula.

Dalam kegiatan sehari-hari manusia tidak bisa lepas dari kegiatan komunikasi, kegiatan tersebut tidak hanya dilakukan secara tatap muka namun ada juga kegiatan komunikasi yang membutuhkan alat bantu media untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan.

Salah satu bentuk media yang digunakan dalam berkomunikasi adalah media massa. Media massa merupakan sarana untuk menyampaikan isi pesan yang bersifat umum kepada sejumlah orang yang jumlahnya relative besar, tinggalnya tersebar, heterogen, anonym, melembaga, memiliki perhatian yang berpusat pada isi

pesan yang sama dengan tidak memberikan arus balik secara langsung pada saat itu, menurut jenisnya media massa dibagi menjadi dua yaitu media massa cetak terdiri dari majalah, tabloid, surat kabar dan media massa elektronik terdiri dari televisi dan radio yang mana masing-masing memiliki sifat karakter daya tarik dan ciri khas sendiri-sendiri (Wahyudi, 1991 : 50).

Perkembangan media massa sebagai sarana informasi di Indonesia, tidak lepas dari jalannya perkembangan dan perubahan zaman di segala sektor kehidupan masyarakat. Kecenderungan misi media massa yang ditujukan untuk mendukung dan mengkritisi perubahan, menempatkan media massa pada posisi terpenting.

Media massa, pada hakekatnya berupaya memotivasi masyarakat untuk berpartisipasi aktif dan kritis dalam menyoroti berbagai persoalan di masyarakat. Pers menjadi mediator antara pemerintah dengan masyarakat. Pers menjadi agen pembaruan dalam segala kompleksitasnya yang berorientasi pada kebenaran (Kuswandi, 2008 : 11).

Menurut Sastro (1992 : 23) dari beberapa media massa yang ada, televisi merupakan media massa elektronik yang paling akhir kehadirannya. Meskipun demikian televisi sebagai media massa yang paling efektif saat ini dikarenakan pada televisi perkembangan teknologi sangat cepat. Hal ini disebabkan oleh sifat audio visualnya yang tidak dimiliki oleh media massa lainnya, dalam hal penyayangan televisi memiliki jangkauan yang tidak terbatas. Dengan modal visual yang

dimiliki, siaran televisi bersifat sangat bermanfaat bagi upaya pembentukan sikap maupun perilaku dan sekaligus perubahan pola berfikir.

Media televisi sudah menjadi kebutuhan masyarakat untuk mengetahui perubahan serta peristiwa yang terjadi di belahan dunia lain mulai dari film, berita, hingga kemajuan teknologi yang tengah berlangsung. Dibandingkan dengan media massa yang lain, televisilah yang paling efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan selain mengeluarkan suara, televisi juga menampilkan gambar, sehingga informasi yang disampaikan akan lebih mudah dimengerti. Pengaruh televisi terhadap system komunikasi tidak lepas dari pengaruh terhadap aspek-aspek kehidupan pada umumnya. Televisi disini menimbulkan pengaruh terhadap kehidupan masyarakat yang sudah telanjur mengetahui dan merasakannya, baik pengaruh positif ataupun pengaruh negative (Effendy, 1996 : 122).

Televisi saat ini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak orang yang menghabiskan waktunya lebih lama di depan televisi dibandingkan dengan waktu yang digunakan untuk mengobrol dengan keluarga atau pasangan mereka. Bagi banyak orang TV adalah teman. TV menjadi cermin perilaku masyarakat dan TV dapat menjadi candu. TV membujuk kita untuk mengkomsumsi lebih banyak dan lebih banyak lagi. TV memperlihatkan bagaimana kehidupan orang lain dan memberikan ide tentang bagaimana kita ingin menjalani hidup ini.

Ringkasnya,TV mampu memasuki relung-relung kehidupan kita lebih dari yang lain (Morrisan, 2004 : 1).

Selain itu televisi juga memiliki kelebihan dan kekuatan tersendiri. Kelebihan dari media televisi adalah paket acaranya yang mampu membuka wawasan berfikir pemirsa untuk menerima dan mengetahui kejadian yang berada di lingkungan masyarakat. Sedangkan kekuatan dari media televisi adalah menguasai jarak dan ruang, dapat menjangkau massa dalam jumlah besar, nilai aktualitas yang cepat, daya rangsang pemirsanya yang cukup tinggi, serta menyampaikan informasi dengan lebih singkat,jelas dan sistematis. Mengingat kemampuan televisi dalam menguasai jarak secara geografis dan sosiografis. Maka televisi dapat memberikan pengaruh yang lebih besar pada khalayak disbanding dengan radio dan surat kabar (Kuswandi, 1996 : 94).

Pemirsa adalah sasaran komunikasi melalui televisi siaran yang karena heterogen masing-masing mempunyai kerangka acuan (frame of reference) yang berbeda satu sama lain. Mereka berbeda bukan saja dalam usia dan jenis kelamin, tetapi juga dalam latar belakang social dan kebudayaan, sehingga pada gilirannya berbeda dalam pekerjaan, pandangan hidup agama dan kepercayaan,pendidikan, cita-cita, keinginan, kesenangan dan lain sebagainya (Effendi, 1993 : 8). Kegiatan pemirsa dalam menonton acara televisi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan mereka, baik kebutuhan berupa informasi maupun hiburan. Pemirsa ingin mencari kesenangan, televisi memberikan kesempatan untuk melarikan diri dari

kegiatan. Pemirsa kesepian dan televisi berfungsi sebagai sahabat. Demikian besarnya peran televisi dalam memenuhi kebutuhan, maka televisi dapat memuaskan kebutuhan pemirsa akan hiburan.

Menurut Effendi (2000 : 19-20) dengan banyaknya stasiun televisi swasta khalayak pemirsa banyak diuntungkan karena dapat memilih materi siaran yang diinginkan sesuai dengan kebutuhannya. Televisi dapat memenuhi dari sejumlah kebutuhan yang dimiliki, khalayak melalui acara-acara yang disiarkan. Menitik beratkan isi media pada yang diinginkan khalayak berarti mengkonsumsi khalayak menggunakan media (memilih isi) bukan merupakan kegiatan yang kebetulan atau dipengaruhi faktor eksternal, melainkan suatu perilaku yang didorong oleh motif tertentu. Pernyataan bahwa televisi sebagai media massa mampu memenuhi sejumlah kebutuhan khalayak berangkat dari konsumsi teori uses gratification yang menyatakan bahwa pada dasarnya setiap individu memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi.

Sesuai dengan perkembangan jaman yang selalu maju, banyak stasiun televisi swasta memberikan suguhan hiburan yang menarik untuk ditonton. Hiburan-hiburan televisi bisa berupa acara music, film asing merupakan local, acara komedi, sinetron maupun kuis. Dunia pertelevisian di Indonesia berkembang pesat antara lain dengan hadirnya 12 stasiun televisi yaitu TVRI, RCTI, MNC, SCTV, INDOSIAR, ANTV, TRANS, TRANS7, GLOBALTV, TV-ONE, METRO-TV, yang mengudara secara nasional, serta JTV, SBO-TV, AREK TV yang bersiaran local menawarkan berbagai

macam acara yang beranekaragam seperti music, film, informasi khusus, sinetron, ataupun telenovela, yang memberikan suguhan hiburan yang membuat orang terhibur adalah acara music.

Diantara stasiun-stasiun TV tersebut RCTI selalu menampilkan ide inovatif untuk suatu programnya yang kemudian sukses dan pada akhirnya stasiun televisi swasta lain ingin mencoba menghadirkan program-program yang sama dengan harapan mendapat sambutan baik pula dari pemirsanya.

Lepas dari kelebihan televisi yang dapat memenuhi kebutuhan manusia, stasiun televisi berusaha bersaing mengemas sajian acara yang menarik untuk dapat disaksikan pemirsa televisi. Salah satunya yakni sinetron yang saat ini paling banyak digemari pemirsa.

Perkembangan sinetron televisi di Indonesia saat ini sangat pesat. Banyaknya paket sinetron serial maupun lepas di TV swasta. Menjamurnya paket sinetron di televisi bukan hal yang luar biasa. Kehadiran sinetron merupakan salah satu bentuk aktualitas komunikasi dan interaksi manusia yang diolah berdasarkan alur cerita, untuk mengangkat permasalahan hidup manusia sehari-hari. Banyaknya sinetron yang menggambarkan pesan sosial dan moral dalam kehidupan masyarakat, tentu sangat baik bagi pemirsa dalam menentukan sikap dan perilakunya. Pesan-pesan sinetron terkadang terungkap secara simbolis dalam alur ceritanya. Kalau isi pesan sinetron

tidak mencerminkan realitas social objektif, maka yang tampak dalam cerita sinetron tersebut hanya gambaran realitas semu.

Sinetron tukang bubur naik haji di RCTI adalah sinetron yang paling banyak diminati pemirsa terutama ibu-ibu. Sinetron ini sudah menembus 500 episode penayangan. Sinetron ini menceritakan seperti menonton kehidupan sehari-hari yang di dalamnya termasuk perilaku kita sendiri. Menceritakan kisah seorang yang dermawan namun ingin memperlihatkan kekayaan dan mengharapkan pujian dari orang lain. Menceritakan bagaimana seorang yang selalu berpenampilan suci padahal apa yang dilakukan sering kali adalah perbuatan keji. Semua kisah-kisah itu dikemas dan disajikan secara manis dan lucu dalam serial ini. Sehingga tidak membuat penontonya merasa jenuh dan selalu ingin melihat kisah kelanjutannya.

Acara ini sebenarnya adalah film layar lebar, tetapi kemudian dibuat sebuah sinetron. sinetron tampaknya memang masih menjadi tontonan favorit di hiburan tanah air, apalagi ibu rumah tangga. Kehadiran sinetron bernuansa komedi religi ini sangat membuat pecinta sinetron indonesia senang. Isi cerita dalam sinetron ini, walaupun panjang lebar tetapi tetap ada pesan yang terkandung di dalamnya.

Dari uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti motif pemirsa di Surabaya dalam menonton sinetron tukang bubur naik haji the series yang ditayangkan oleh rcti setiap hari. Yakni motif yang mendasari pemirsa memilih untuk menonton sinetron tersebut dari pada sinetron lain yang juga menawarkan hal

serupa. Sehingga membuat sinteron ini menjadi pemenang sinetron terfavorite. Tentunya motivasi tersebut muncul karena adanya kebutuhan yang harus dipenuhi.

Alasan penulis memilih sinetron tukang bubur naik haji the series karena sinteron ini merupakan sinteron kelanjutan dari tukang bubur naik haji yang ditayangkan pada moment puasa tahun lalu. Sekarang dihadirkan lagi dengan cerita yang lebih menarik. Sehingga membuat sinteron ini memenangkan “Panasonic Award” sebagai sinetron terfavorit 2013 (<http://panasonic-gobelawards.com-Home.Htm>). Selain itu dalam sinetron ini mengangkat sebuah kisah kehidupan nyata sehari-hari. Melalui sikap yang diperankan oleh tokoh-tokoh yang ada dalam cerita tersebut pemirsa dapat melihat fenomena kejadian sehari-hari yang dialami. Sinetron ini menginspirasi pemirsahnya agar lebih menjaga sikap dan perilaku dalam setiap tindakan. Baik di lingkungan keluarga maupun di lingkungan bermasyarakat.

Berkaitan dengan pemilihan dan penggunaan media maka penelitian ini menggunakan teori uses and gratifications, dimana sebenarnya khalayak adalah pihak yang aktif dan menggunakan media tertentu untuk memenuhi kebutuhannya (Rakhmat,2001:65).

Penelitian motif pemirsa terhadap sinetron Tukang Bubur Naik Haji The Series di RCTI menurut MC.Quail berpendapat bahwa terdapat 4 motif yakni motif informasi, motif identitas pribadi, motif integritas sosial dan motif hiburan. Namun setelah disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terdapat motif integritas sosial

karena bahan dasar yang dapat dijadikan pembicaraan dengan orang lain. Oleh karena itu, difokuskan pada pendapat Blummer Rakhmat (2007:66) yakni :

1. Motif kognitif yang lebih cenderung mengarah kepada keinginan khalayak untuk mencari informasi atau pengetahuan seperti kebutuhan khalayak mengenai pengetahuan ilmu Agama Islam yang dikemas dalam sinetron tersebut. Misalnya melalui kegiatan ceramah yang dilakukan salah satu tokoh dalam sinetron tersebut. Melalui kegiatan tersebut pemirsa dapat memperoleh pengetahuan tentang ilmu agama Islam.
2. Motif identitas personal yaitu para pemirsa diharapkan bisa mengeksplorasi diri dengan menggunakan isi media untuk memperkuat sesuatu yang penting dalam kehidupan. Misalnya seperti melalui tokoh dalam sinetron tersebut yang dapat dijadikan panutan kepada diri kita dengan menanamkan hal-hal positif yang dapat kita petik melalui tokoh dalam cerita sinetron tersebut selain itu kita dapat mengetahui style hijab yang saat ini sedang disukai banyak orang melalui tokoh Rukmana dalam sinetron tersebut.
3. Motif diversifikasi yaitu keinginan untuk melepaskan diri dari kejenuhan, tekanan dan kebutuhan akan hiburan yaitu masyarakat di Surabaya dalam menonton sinetron *Tukang bubur naik haji the series* adalah untuk melepaskan diri dari kejenuhan, bersantai setelah seharian beraktifitas untuk melepaskan ketangangan atau hanya untuk mengisi waktu luang sehingga memperoleh kenikmatan jiwa melalui lelucon atau keseruan cerita dalam sinetron tersebut.

Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah pemirsah sinetron tukang bubur naik haji the series yakni masyarakat Surabaya yang menonton sinetron Tukang Bubur Naik Haji The Series berusia 17 tahun ke atas. Dipilihnya pemirsa yang berusia di atas 17 tahun sebagai responden karena dianggap pada usia tersebut para pemirsa bisa bersifat lebih bijak lagi menanggapi suatu permasalahan yang ada di sekitarnya. Dan pada usia ini memiliki kematangan kognitif, kematangan emosional, dan sosial dan memiliki perilaku konsumtif dalam memenuhi kebutuhan hidup sekaligus menggambarkan begitu sulit untuk menunda desakan kebutuhan emosinya dengan kata lain membeli dan mencoba seakan menjadi bagian hidup tentang berbagai kebutuhan serta besarnya rasa ingin tahu yang berlebihan yang ditawarkan sehingga menjadikan usia tersebut sebagai sasaran empuk pihak penyedia hiburan. Hal ini juga didukung oleh informasi yang peneliti terima dari AGB Nielsen Media Research.

(<http://www.agbnielsen.netUploadsIndonesiaAGBNielsenNewsletterMayInd09>).

Sedangkan lokasi yang dipilih dalam penelitian ini yaitu Surabaya sebagai Ibu Kota Jawa Timur dengan tingkat kepadatan penduduk terbesar kedua setelah Jakarta. Surabaya juga merupakan wilayah yang digunakan sebagai tempat casting sinetron Tukang Bubur Naik Haji (<http://surabaya.olx.co.id/open-casting-surabaya-2013-iid-504840814>). Surabaya saat ini dapat dikategorikan sebagai kota metropolitan dengan masyarakat modern yang menginginkan semua kebutuhan mereka dapat terpenuhi secara instan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas,maka masalah yang diajukan adalah : “bagaimana motif pemirsa menonton sinetron tukang bubur naik haji the series di RCTI ?”

1.3 Tujuan dan kegunaan penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana motif pemirsa dalam menonton sinteron “tukang bubur naik haji the series” di RCTI.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu komunikasi terutama dalam

bidang jurnalistik yaitu televisi sebagai bahan masukan yang berguna bagi penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan praktis

Memberikan masukan pada para pengelola televisi yang ada di Indonesia tentang acara yang ditayangkan. Bagaimana criteria acara-acara televisi yang disukai masyarakat